

# LE PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI SBARCANO SUI SOCIAL-MEDIA

Di Alberto Genovese

I progetti ministeriali di semplificazione delle pubbliche amministrazioni si rivelano spesso sterili e non funzionali perché non integrati in una strategia più ampia e trasversale. Il concetto di comunicazione pubblica, ai piani alti ma non solo, troppe volte si è fermato agli anni '90. In quest'epoca le tecnologia e ICT ci permettono di bypassare ostacoli (sociali, ambientali, economici, culturali e logistici); perciò cavalcare tale evoluzione e sfruttare ogni strumento che ci mette a disposizione è il minimo che ogni amministrazione possa fare per seguire principi cardine quali buon andamento, differenziazione, adeguatezza, economicità, trasparenza e partecipazione. La mia "idea" progettuale sta nel realizzare un apparato amministrativo virtuale (speculare all'amministrazione reale), bastato sulla rete e sui social-media. Non un portale unidirezionale, ormai obsoleto, ma una serie di risorse online interattive che sfruttino reti ampie, già esistenti e ben collaudate, come Facebook, Twitter, Google+ o YouTube e diano più spazio ai cittadini. La reticenza all'innovazione presente in molti italiani, specie se over 50/60, può essere superata da un uso consapevole di tali tecnologie da parte delle grandi istituzioni pubbliche. Sarebbe sufficiente sfruttare le nozioni più elementari di marketing (sociale e commerciale) e integrarle con il social-media marketing.

In termini pratici il progetto prevede di istituire uffici che coordinino strumenti web gratuiti e diffusi su larga scala come Facebook, Twitter, Google+ o YouTube. Servono figure professionali che creino, gestiscano e sviluppino in modo trasversale pagine ufficiali Facebook/Twitter/Google+/YouTube ecc. per i propri uffici/organi/enti. Il cittadino dovrà percepire questi strumenti come vicini, semplici e rapidi. Non monoliti alle cui spalle si cela un burocrate autoritario ed oscuro, ma persone vere, con voce umana, che rispondono con regolarità e professionalità alle domande e alle necessità dei cittadini internauti, i quali a loro volta faranno girare in rete e nella società civile queste informazioni di prima mano.

L'idea si può applicare a tutti gli ambiti del bando, ed è molto funzionale.

1. **Sportelli fisici:** presenza di PC nelle sale d'attesa dei pubblici uffici. I cittadini possono attingere informazioni utili (su quell'ufficio/organo/ente), consultare le pagine ufficiali Fb/Twitter/G+/YT dell'ufficio/organo/ente e compilare eventuali moduli online/offline prima della consegna allo sportello con l'assistenza di strumenti multimediali. Ciò permetterebbe una maggiore e migliore informazione dei cittadini e perciò un risparmio di tempo agli sportelli. Oltre a rendere l'esperienza "fila allo sportello pubblico" più gratificante e meno noiosa.
2. **Sportelli virtuali:** sfruttando i network già esistenti (Fb/Twitter/G+/YT ecc.) implementare i servizi online e soprattutto pubblicizzarli (gratuitamente!) su larga scala facendo leva su risparmio di tempo e denaro. Un'ottima soluzione sono i video Tutorial su YouTube con cui si può semplificare tutto l'apparato burocratico mostrando ai cittadini come sfruttare al massimo le risorse online messe a disposizione dalle amministrazioni che pochi usano e di cui pochissimi sono a conoscenza.

3. **Ascolto:** nel momento in cui un'amministrazione decide di ascoltare (veramente!) i propri cittadini, essa ha a disposizione numerosi canali; di sicuro la rete è quello in cui possono confluire la maggior parte di persone e idee contemporaneamente in modo democratico. Sondaggi, discussioni, commenti che altrimenti non sarebbero possibili, e con una semplicità e rapidità unica. Si potrebbe avere feedback su decisioni già prese e proposte su decisioni ancora da prendere. Tutti gli strumenti che propongo sono funzionali alla causa ma non escludono gli incontri con le persone fisiche.
4. **Servizi pubblici:** qualunque genere di servizio offerto dalle p.a. potrebbe essere facilmente ed economicamente diffuso su larga scala sfruttando i social-media. Con un post su Facebook, un tweet/hashtag su Twitter o un video su YouTube si possono raggiungere migliaia di persone contemporaneamente.
5. **Trasparenza:** per essere un principio costituzionale c'è ancora molto da lavorare sulla trasparenza (e sulla pubblicità) delle p.a.. Certamente gli strumenti social favoriscono tale principio perché avvicinano (non solo virtualmente) amministrazioni e cittadinanza. Sfruttando semplici link ipertestuali si possono indirizzare i cittadini interessati verso siti ufficiali delle p.a. dove possono reperire altre informazioni e documenti.

Tutto il progetto è realizzabile in un paio di mesi (ma dev'essere implementato ad interim e quotidianamente aggiornato).

I costi non sono precisamente calcolabili in quanto si tratta di risorse temporali e perciò monetizzabili in ore di lavoro. Due professionisti al lavoro full-time potrebbero gestire i profili ufficiali di diversi social-media.

Gli strumenti Facebook, Twitter, Google+, YouTube sono gratuiti.

Hanno un costo leggermente più elevato eventuali video da realizzare e diffondere su YouTube. Tale costo è variabile a seconda della produzione a cui si appalta il lavoro.

Per un primo lancio della campagna social-media della Regione Lombardia si potrebbe investire in banner pubblicitari online o addirittura uno spot televisivo da mandare in onda, ad esempio, su Rai3 (durante il TG Regione) o su reti locali. I costi online sono di poche centinaia di euro. In televisione diverse migliaia di euro.

Mettendo in atto tutto il progetto, il tetto massimo per 6 mesi di prova sarebbe di 40.000 € lordi.